

CORRIGE

Ces éléments de correction n'ont qu'une valeur indicative. Ils ne peuvent en aucun cas engager la responsabilité des autorités académiques, chaque jury est souverain.

1^{ère} Partie : (7 points)

1.1 En vous aidant de l'article document 1 répondez aux questions suivantes.

1. Caractériser l'évolution du marché du deuil.
Le marché du deuil est un domaine en recul. Les prises de commandes ont chuté d'environ 20 % depuis environ 4 ans. (0.5 point)
2. Calculer le budget accordé au fleurs par les clients à Paris et en milieu rural
A Paris : $2\ 800 \times 5\ \% = 140\ \text{€}$. (0.5 point)
En milieu rural : $2\ 300 \times 5\ \% = 115\ \text{€}$. (0.5 point)
3. Lister les évolutions des habitudes d'achat des clients
 - *Baisse de l'achat des grosses pièces de deuil (dessus de cercueil et grandes couronnes).*
 - *Plusieurs membres de la famille s'unissent pour rendre hommage au défunt pour l'achat d'une pièce unique.*
 - *Baisse en nombre et en importance des compositions provenant des membres plus éloignés de la famille.*
 - *Augmentation de la préférence d'achat auprès de la grande distribution.***(0.5 point par réponse : 3 réponses attendues)**
4. Déterminer les raisons de cette évolution
 - *L'urbanisation rend plus intime la célébration des deuils.*
 - *L'éclatement géographique des familles.*
 - *Augmentation de la crémation ; des célébrations "sans fleurs ni couronnes".*
 - *Apparition des dons à une œuvre.***(0.5 point par réponse : 3 réponses attendues)**
5. Relever les incidences de la crémation sur le marché du deuil
 - *Si les cendres sont dispersées, il n'y a parfois pas de fleurs pour la cérémonie*
 - *Les columbariums ne permettent pas de fleurir facilement les défunts*
 - *Les jardins du souvenir nécessitent de partager l'espace avec d'autres défunts.***(0.5 point par réponse : 2 réponses attendues)**
6. Enumérer les solutions à apporter pour conserver le marché du deuil ?
 - *Constituer un Book.*
 - *Donner des explications précises aux clients et les guider dans leurs choix.*
 - *Proposer des articles de qualité*
 - *Proposer des services supplémentaires comme le fleurissement ou l'entretien des tombes sur l'ensemble de l'année.***(0.5 point par réponse : 3 réponses attendues)**

2^{ème} Partie : (16 points)

2.1 D'après les professionnels cités sur le document 2, quelles peuvent être les tendances des produits à proposer dans un magasin ? (4 points)

- Proposer des produits modernes sans pour autant négliger les articles plus classiques. **(1 point)**
- Les compositions doivent être très travaillées, bien pourvues en feuillage. **(1 point)**
- En ce qui concerne les coloris : toutes les couleurs sont à proposer pour tout âge. **(1 point)**
- Ne pas hésiter à rajouter des accessoires dans les compositions comme des écorces, des bougies.... **(1 point)**

2.2 Choix des produits et arguments. (12 points)

<u>CLIENTS</u>	<u>PRODUITS</u>	<u>ARGUMENTS</u>
Cliente n°1	Produit n°4 (1 point)	<ul style="list-style-type: none">- Pièce de taille importante correspondant à la notoriété du défunt dans cette commune (1 point)- Possibilité de rehausser la couronne d'un ruban. (1 point)- La couronne est une pièce très traditionnelle dans les cérémonies officielles. (1 point)
Client n°2	Produit n°3 (1 point)	<ul style="list-style-type: none">- Pièce pouvant faire office de dessus de cercueil. Ce dernier étant généralement acheté par le conjoint. (1 point)- Couleurs très tendres correspondant au sexe de la défunte ainsi qu'à son âge. (1 point)- La forme de la croix est en totale harmonie avec la vie spirituelle de la défunte. (1 point)
Clients n°3	Produit n°1 (1 point)	<ul style="list-style-type: none">- Pièce de petite taille pouvant faire office de dessus de cercueil pour un très jeune enfant- Le cœur est une forme symbolisant l'amour que les parents portaient à leur enfant.- Cœur constitué d'éléments très naturels adaptés pour une crémation.- Coloris blancs adaptés au très jeune âge du défunt. (1 point par réponse : 3 réponses attendues)

3^{ème} Partie : (6 points)

S	Sympathie (0.5 point)	Phrase n° 4 (0.5 point)
O	Orgueil (0.5 point)	Phrase n° 1 (0.5 point)
N	Nouveauté (0.5 point)	Phrase n° 3 (0.5 point)
C	Confort (0.5 point)	Phrase n° 6 (0.5 point)
A	Argent (0.5 point)	Phrase n° 5 (0.5 point)
S	Sécurité (0.5 point)	Phrase n° 2 (0.5 point)

4^{ème} Partie : (11 points)

Annexe 5 : (3 points)

Prix de vente TTC	Taux de TVA	Calculs	Prix de vente HT
130.00	19.60 %	130/1.196	108.70
	(1 point)	(1 point) *	(1 point) *

* Si calculs réalisés avec un taux de TVA de 5.50 % mettre la moitié des points.

Annexe 6 : (5 points)

Désignation	Quantité	Prix d'achat HT unitaire	Montant total HT
Corbeille	1	5.00	5.00
Mousse	2	1.00	2.00
Verdure	1 forfait	3.50	3.50
Lys	3	1.50	4.50
Rose	12	0.80	9.60
Alstroméria	9	0.55	4.95
Gerbéra	11	0.65	7.15
Alvéolé	6	0.50	3.00
Lysianthus	8	1.05	8.40
Coût d'achat total			48.10

(0.5 point par ligne : si une faute dans la ligne =0) (0.5 point pour le coût d'achat total)

Annexe 7 : (3 points)

Prix de vente HT	Coût d'achat	Main d'œuvre	Marge nette
108.70	48.10	$16 \times 0.5 = 8$ (1 point)	52.60 (1 point)

Détaillez les calculs : $108.70 - 48.10 - 8 = 52.60$ (1 point)

(Mettre la moitié des points si le raisonnement est bon et que les calculs ont été effectués avec le taux de TVA à 5.5 %.)